

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúcej potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Obchodná akadémia Liptovský Mikuláš
4. Názov projektu	Zvýšenie kvality odborného vzdelávania a prípravy na Obchodnej akadémii Liptovský Mikuláš
5. Kód projektu ITMS2014+	312011AGY1
6. Názov pedagogického klubu	Cudzie jazyky v odbornej praxi
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	5.5.2021
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	OALM
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Mgr. Anna Dvorščáková
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.oalm.edupage.org

11. Manažérske zhrnutie:

Téma pedagogického klubu bolo nakupovanie, stratégia obchodných reťazcov a ohrozenie kamenných obchodov. V prvej polovici stretnutia vyučujúci debatovali o obsahovej štruktúre témy a slovnej zásobe spojenej s tematikou na rôznych vyučovacích predmetoch. Nakupovanie je bežnou súčasťou života jednotlivcov, mení sa však forma nakupovania, ceny a množstvo tovaru v závislosti od rôznych faktorov, najmä v čase krízy.

Druhá polovica stretnutia bola praktickým vkladom do témy. Spomenuli sa rôzne metódy, formy a prostriedky práce, dôraz sa dbal na využitie IKT k danej téme. Uviedli sa gramatické javy, ktoré sú vhodné na precvičenie a rozobrali sa konkrétnejšie medzipredmetové vzťahy.

Kľúčové slová:

Nakupovanie, stratégia obchodných reťazcov, marketing, zľavy, ohrozenie kamenných obchodov

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

Téma stretnutia:

Témou stretnutia pedagogického klubu cudzích jazykov bolo nakupovanie, stratégia obchodných reťazcov a ohrozenie kamenných obchodov.

Hlavné body:

- I. Slovná zásoba jednotlivých spôsobov nakupovania
- II. Stratégia obchodných reťazcov - marketing
- III. Súčasný pokles tržieb, ohrozenie kamenných obchodov

IV. Metodika a formy práce s danou tematikou, možnosti využitia IKT

V. Využitie medzipredmetových vzťahov

Zhrnutie priebehu stretnutia:

I. Slovná zásoba jednotlivých spôsobov nakupovania:

Počas diskusie sme rozdelili spôsoby na priamy a nepriamy nákup, rozobrali sme jednotlivé výhody a nevýhody, možnosti pre občanov z dediny a mesta, analyzovali dostupnosť, pomer ceny a kvality nákupu v jednotlivých špecializovaných predajniach, pomenovali rôzny tovar, ktorý môže byť zakúpený a aké služby môžu byť poskytnuté v obchodoch. Na hodinách anglického jazyka sa používa rozšírená slovná zásoba, v iných jazykoch je užšia slovná zásoba.

Priamy nákup: nákupné strediská (Aupark, Stop shop), obchodné centrá (OC Central), hypermarkety (Kaufland, Tesco), obchodné reťazce (Billa, Lild, COOP Jednota, Terno..), supermarkety, trhy, špecializované predajne

Nepriamy nákup: mailová objednávka, telefonická objednávka, internetové obchody (wish), katalógový predaj (bonprix), distribútorový predaj/podomový predaj (knihy)

Špecializované obchody a slovná zásoba: potraviny (mliečne výrobky), mäsiarstvo, pekárstvo, železiarstvo, papierníctvo, zelovoc (ovocie a zelenina), kníhkupectvo, obchod s obuvou, s oblečením, drogeria, lekáreň, obchod pre zvieratká, hračkárstvo, novinový stánok, kvetinárstvo, obchod s elektronikou, nábytkom, autopredajne

Služby: optika, cestovná kancelária, kaderníctvo, pedikúra, manikúra, notár, pošta, banka

II. Stratégia obchodných reťazcov:

Obchodné reťazce potrebujú zarobiť, vyučujúce prediskutovali svoje skúsenosti s nákupmi, aké stratégie obchodných reťazcov sa im páčia najviac, aké sú naopak nevhodné a agresívne, príliš ovplyvňujúce mladých ľudí. V dnešnej dobe sa často používa aj online reklama cez sociálne siete alebo prostredníctvom obsahového marketingu vlastnej webovej stránky obchodu s užitočným a prínosným obsahom pre spoločnosť.

Stratégie:

- široký rozsah služieb a tovaru, dostupná cena, možnosť zliav, výpredaje, „všetko“ pod jednou strechou, zadarmo parkovanie, možnosť platby kreditnou kartou,
- online platená reklama cez sociálne siete (facebook, twitter, linkedl, instagram), billboardy, tlačené letáky, newsletters do mailovej schránky, obal, ktorý predáva, vplyv sloganov, piesní na konkrétne skupiny ľudí (na mladých, deti, dôchodcov, rodiny...), spropagovanie výrobku cez známe osobnosti (youtuberi, športovci, speváci...)
- oslavy spojené s nákupom – Vianoce, Veľká Noc, Deň Matiek, Deň Otcov...
- **nákupné strediská** – otváracia doba – 24/7, možnosť stravovania (reštaurácie, fast food), športového (posilovňa) a rekreačného využitia (kino, bowling, detské kútiky), dostupnosť služieb (pošta, kaderníctvo..)

III. Súčasný pokles tržieb, ohrozenie kamenných obchodov

V posledných rokoch špecializované súkromné malé obchody zanikajú a tovar sa presúva do väčších centier, kde je všetko pohromade. Cena veľkoobchodných predajní konkuruje malým predajniam a veľké nákupné centrá nahradili malých súkromníkov. Ľudia sú viac pohodlnejší a radšej nakúpia všetko naraz a lacnejšie, aj keď je to na úkor kvality a čerstvosti (v prípade potravín).

V súčasnej dobe je stále otvorenie obchodov bez obmedzení počas roku neisté a vzhľadom na neočakávané situácie vo svete môžeme predpokladať, že čoraz častejšie budú ľudia využívať bezkontaktné a online služby. Už v obchodoch vidíme trend znižovať počet pracovníkov a nahradzovať ich automatickými pokladňami (Tesco), prípadne zákazník si tovar môže v predajni popozerať, zadať online objednávku a nechať si ho doručiť priamo domov. Čoraz viac obchodných reťazcov využíva online predaj a kuriérske služby na doručenie tovaru.

IV. Metodika a formy práce:

Pedagógovia využívajú rôzne metódy a formy práce na hodinách. Nakupovanie je maturitnou témou, ktorú musia žiaci ovládať a pripravujú sa ňou na konkrétne životné situácie.

- brainstorming a pojmové mapy (mindmap, miro, mindmaster...) na jednotlivú slovnú zásobu (rôzne druhy obuvi, oblečenia, zeleniny, papierenských potrieb ...)
- opis obrázkov, letákov z propagácie obchodov
- identifikácia jednotlivých položiek platieb – kartou, hotovosťou, šekom, splátkami, internetbankingom, priamym bankovým prevodom, faktúrou
- diskusia: porovnanie výhod a nevýhod jednotlivých nákupných centier (trhov, supermarketov...)
- hranie rolí: ľudia v obchode – obchodný zástupca (veľkopredaj), predavač, zákazník, v banke bankový manažér,
- situačné metódy: sťažnosti v obchode (škvrny na oblečení, rozpadnutá obuv po pár dňoch, pokazené auto, zablokovaný bankový účet, problém s prevodom, internetbankingom)
- vedieť napísať písomnú sťažnosť (nedodanie tovaru, zlá kvalita výrobku...)
- vytvorenie letáku na propagáciu výrobku (napr. mobilu), prípadne vymyslieť vtipný slogan, reklamu na upútanie
- vytvorenie krátkeho videa, ktorý má za úlohu zviditeľniť konkrétny obchodný reťazec
- diskusia ohľadom marketingu jednotlivých obchodov (aký hodnotný obsah by mohli tvoriť jednotlivé obchody – zdravá výživa, eco oblečenie, bio kvalita ovocia a zeleniny, fair trade výrobky...)
- zážitkové vyučovanie: ísť do cestovnej kancelárie a zarezervovať si výlet v angličtine
- projektové vyučovanie – v skupinách vytvoriť projekt
- práca s IKT technológiami:
- PPT prezentácie (jednotlivých obchodov, marketing produktu)
- online sťažnosť cez Teams
- chat na online web stránke o produkte a pomoc s nákupom
- videá o online marketingu
- vytvorenie krátkeho videa, ktorý má za úlohu zviditeľniť konkrétny obchodný reťazec

Na hodinách nemeckého, ruského a francúzskeho jazyka sa preberá jednoduchšia slovná zásoba a gramatika je základná, precvičujú sa hlavne číslovky, krajiny a prídavné mená, jednotné a množné číslo základných podstatných mien.

V anglickom jazyku sa téma preberá podrobnejšie a v jednotlivých témach sa dajú precvičiť rôzne gramatické javy:

- číslovky pri cenovkách, na bločkoch, faktúrach, pri zmene meny cez jednotlivý kurz, poplatky, úroky pri splátkach, hypotékach,
- adresa - vedieť si vypísať šek do banky alebo na poštu
- jednotlivé zahraničné meny spojené s krajinami
- krajiny z ktorých sa tovar dováža
- počítateľné / nepočítateľné podstatné mená, jednotné a množné číslo jednotlivých tovarov a služieb
- kvalita výrobkov opísaná prídavnými menami
- porovnanie britskej a anglickej angličtiny (pharmacy = chemist's, store = shop...)

V. Využitie medzipredmetových vzťahov

Na škole je viacero predmetov, s ktorými sa spája téma nakupovania a prelínajú sa formy a metódy práce so žiakmi: samostatný predmet online marketing, predmet administratíva a obchodná korešpondencia (reklamácie, faktúry, objednávky..)

Predmety ekonomika, účtovníctvo, cvičenia z účtovníctva, hospodárska geografia, cvičná cestovná kancelária a ekonomika v praxi.

13. Závery a odporúčania

Nakupovanie je téma, ktorá žiakov zaujíma a s ktorou sa stretávajú dennodenne, preto je slovná zásoba k danej téme veľmi potrebná a obsiahna. Téma podnecuje aj k premýšľaniu, pretože nie vždy si ľudia uvedomujú, že obchodné reťazce pracujú aj s podvedomím človeka, vedia zacieliť reklamu tak, aby zaujala a človek potom kúpi aj to, čo nepotrebuje, prípadne kúpi niečo, čo je menej kvalitné, ale je lacnejšie. Pedagógovia môžu pomôcť žiakov pri rozlišovaní cez jednotlivé diskusie a porovnávanie stratégií obchodov.

Zároveň sa však žiaci pripravujú aj do života a môžu sa naučiť tvoriť aj vlastnú reklamu a pripraviť si vlastnú stratégiu na propagáciu tovaru, ktorý by chceli v budúcnosti predávať, prípadne pomôcť firme, kde pracujú, pripraviť kvalitnú reklamu.

Nákupy sa spájajú s rozličnými písomnosťami, reklamami, faktúrami, preto je odporúčané venovať viac pozornosti písomnostiam, vyplňaniu dokumentov spojených s nákupmi (faktúry, reklamácie, bankové prevody za služby, tovar...)

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Mgr. Katarína Hološová
15. Dátum	5.5.2021
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	Mgr. Anna Dvorščáková
18. Dátum	5.5.2021
19. Podpis	

Príloha: Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu

Príloha správy o činnosti pedagogického klubu



OPERAČNÝ PROGRAM
ĽUDSKÉ ZDROJE

Prioritná os:	Vzdelávanie
Špecifický cieľ:	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
Prijímateľ:	Obchodná akadémia Liptovský Mikuláš
Názov projektu:	Zvýšenie kvality odborného vzdelávania a prípravy na Obchodnej akadémii Liptovský Mikuláš
Kód ITMS projektu:	312011AGY1
Názov pedagogického klubu:	Cudzie jazyky v odbornej praxi

PREZENČNÁ LISTINA

Miesto konania stretnutia: Obchodná akadémia Lipt. Mikuláš, zborovňa

Dátum konania stretnutia: 5.5.2021

Trvanie stretnutia: od 13.45 hod do 16.45 hod

Zoznam účastníkov/členov pedagogického klubu:

č.	Meno a priezvisko	Podpis	Inštitúcia
1	Mgr. Anna Dvorščáková		OALM
2	Mgr. Jana Gajdošová		OALM
3	Mgr. Janka Klepáčová		OALM
4	Mgr. Tatiana Púplavová		OALM
5	Mgr. Katarína Hološová		OALM
6	Mgr. Anna Gajancová		OALM